

华为乾崮 《乾崮寻迹·智驾九州》 幕后故事系列

- **品牌名称：**华为
- **所属行业：**IT及信息服务类
- **执行时间：**2024.10.20-2025.01.07
- **参选类别：**视频整合营销类

投放链接：

《越海向山》

<https://m.weibo.cn/detail/5111610643060533>

《跨越万山》

<https://m.weibo.cn/detail/5115246127616172>

《造访昆仑》

<https://m.weibo.cn/detail/5120609123571502>



华为乾崮品牌年度重点营销事件，华为乾崮×中国国家地理“穿越中央山脊”，依托华为乾崮的底层核心技术和中国国家地理全国顶尖的科考资源，强强联合越海向山，开启一段“乾崮寻迹”之行。从东海之滨一路西行，探寻中华民族的“脊梁”。华为乾崮核心技术将会为本次寻迹之旅提供可靠的科技、安全保障。

- 为助力品牌持续提升“乾崑寻迹”热度，本项目将跟随国家地理团队实地打卡寻迹路线，打造品牌片《向山越海》《跨越万山》《造访昆仑》的幕后纪实事迹。旅途通过驾驶问界、阿维塔车辆，巧妙融入华为乾崑智能汽车解决方案，解锁更多幕后壮丽的故事，将更多智驾目标用户引流到本次活动。

- 核心创意

华为乾崮携手中国国家地理，以国家地理丰富的科考资源开启 “乾崮寻迹”，看遍华夏山河，乾崮智驾则为整个旅途筑牢安全防线。为了持续提升华为乾崮之旅的热度，将更多智驾目标用户引流到本次活动。本项目以寻迹拍摄为脉络，打造《向山越海》《跨越万山》《造访昆仑》幕后纪实三部曲。这三个篇章，从滨海出发，奔赴山峦，巧妙融入乾崮解决方案，解锁幕后动人故事；问界M9乾崮智驾之力，直达昆仑之巅，尽显智慧出行魅力。

- 配合品牌重点事件，以国家地理团队的拍摄活动为线索，品牌片的幕后花絮（长/短花絮、九宫格美图等）软性植入华为乾崮智能汽车解决方案的应用，如智能避障、智驾解放双手、鸿蒙座舱精品应用等，助力每段旅途更轻松，并赋予更深刻的意义。并通过喜闻乐见的手法和精美的物料制作，让吸引更多潜在目标用户，对智驾游，乃至华为乾崮产生更多的兴趣。

- 核心创意

华为乾崮携手中国国家地理，以国家地理丰富的科考资源开启 “乾崮寻迹”，看遍华夏山河，乾崮智驾则为整个旅途筑牢安全防线。为了持续提升华为乾崮之旅的热度，将更多智驾目标用户引流到本次活动。本项目以寻迹拍摄为脉络，打造《向山越海》《跨越万山》《造访昆仑》幕后纪实三部曲。这三个篇章，从滨海出发，奔赴山峦，巧妙融入乾崮解决方案，解锁幕后动人故事；问界M9乾崮智驾之力，直达昆仑之巅，尽显智慧出行魅力。

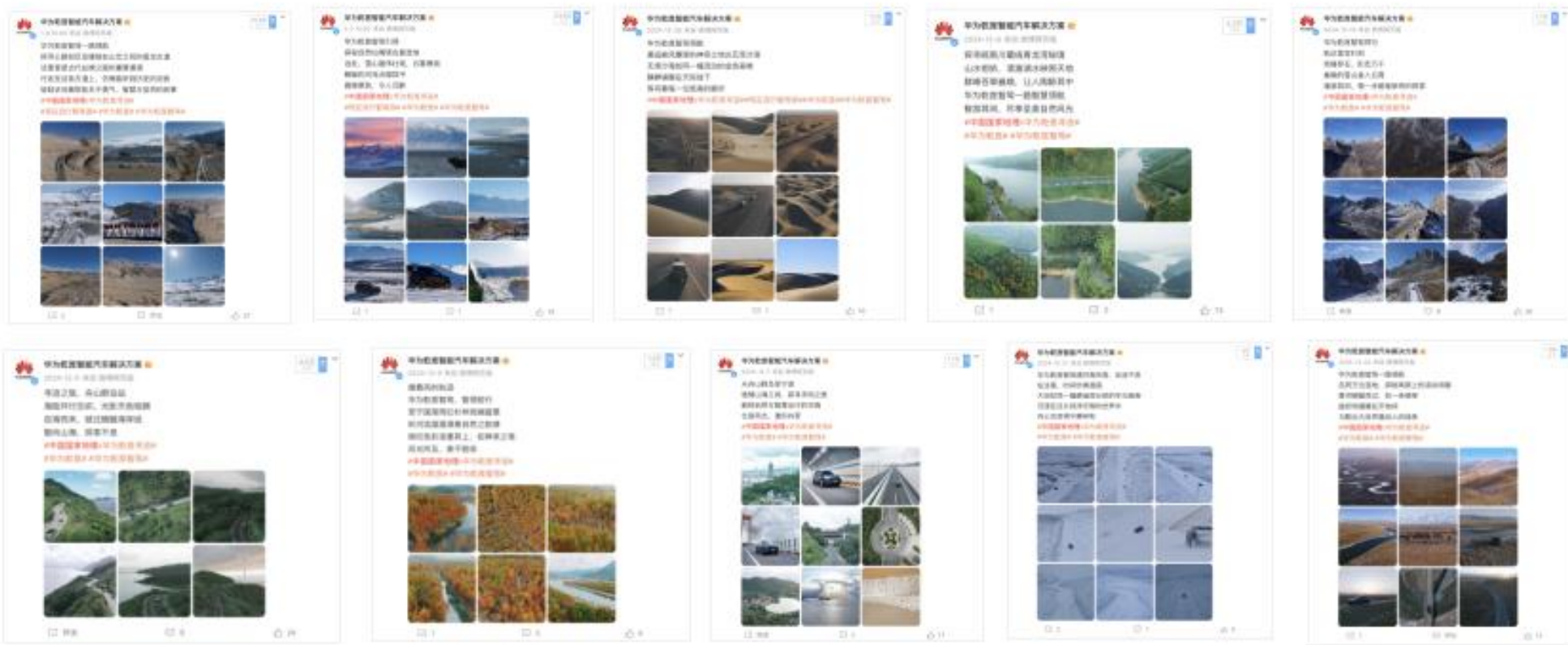
创意动画视频预热，吸引观众眼球

预热期以生动形象且极具视觉冲击力的动画视频，吸引观众眼球，激发大众的兴趣和期待，为活动提前造势。



21组实景宫格图持续发布，持续提升乾崙寻迹之旅热度

活动期间，共发布21组实景宫格图，发布频次84次，不仅强调了华为乾崙智驾一路上智慧领航的产品优势，也向外界展示了祖国的大好河山，持续提升华为乾崙寻迹之旅热度。



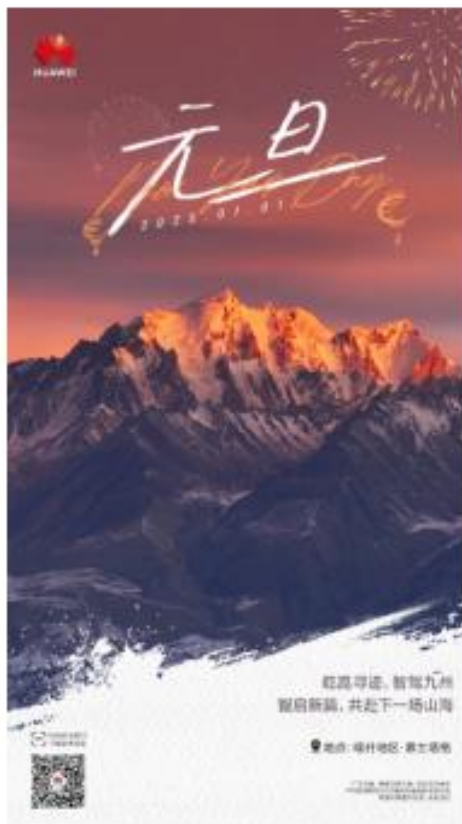
18站花絮视频，短平快地植入产品亮点

共制作了18站花絮视频，发布频次184次，动态展示华为乾崮寻迹路线、花絮故事的同时，短平快地植入华为乾崮智驾、鸿蒙座舱、华为乾崮车云等产品的亮点。



借势节点，传递乾崮精神

借势节日节气，以乾崮寻迹实景图为基底，通过明信片、邮票等贴合活动调性的海报风格，传递乾崮精神，助力活动声量扩散。



幕后纪实系列视频，助力产品优势露出

幕后纪实系列，以不同的视角，讲述华为乾崮寻迹之旅背后的精彩故事，过程中植入华为乾崮智驾、鸿蒙座舱等产品功能亮点，真实地展示其为旅途带来的安心和便捷，借助乾崮寻迹活动，助力产品优势露出。



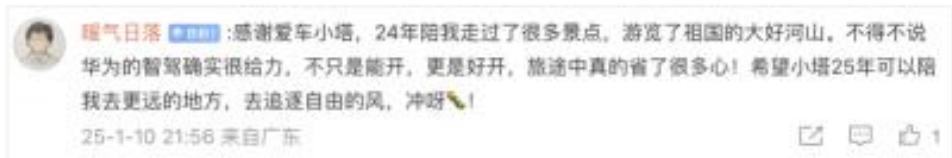
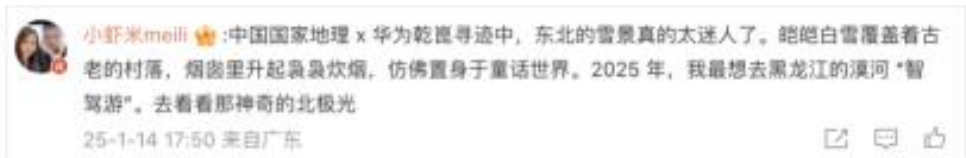
穿越中央山脊，直抵昆仑之巅 #中国国家地理x华为乾崮寻迹 幕后纪实系列收官篇来袭 携...
2025年01月08日 18:07
47.3万 2656 106 3375 2923



山高路远，看世界，也找自己 #中国国家地理x华为乾崮寻迹 幕后纪实系列第二篇 携手搭...
2024年12月24日 22:56
32.1万 1928 82 1184 1735

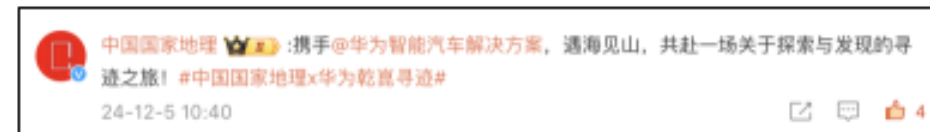
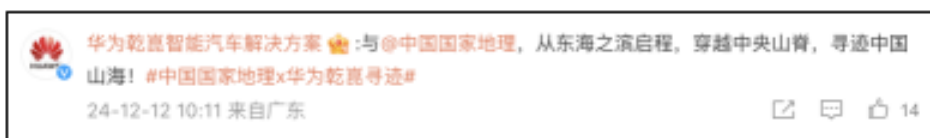
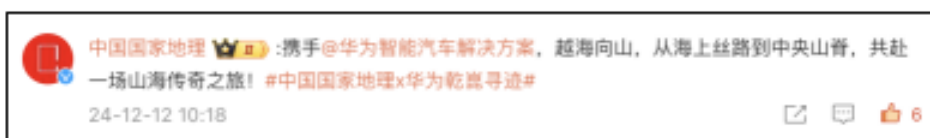
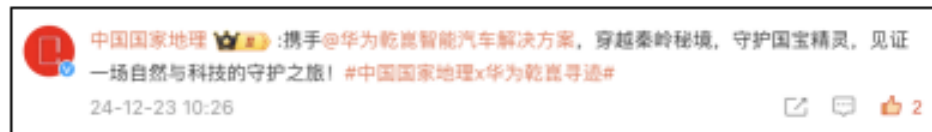
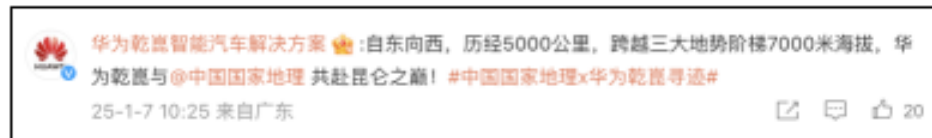
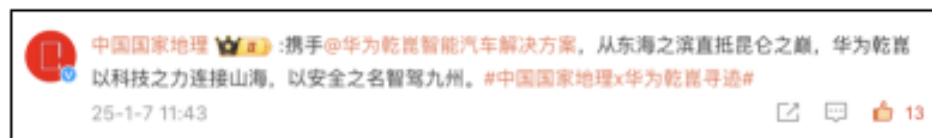
多种互动玩法，吸引粉丝&路人参与

除常规物料外，借助微博平台，持续升级社媒“玩法”，通过微博投票、微博抽奖，在活动预热、活动收尾阶段，与网友进行互动，提升路人参与热情与粉丝活跃度。



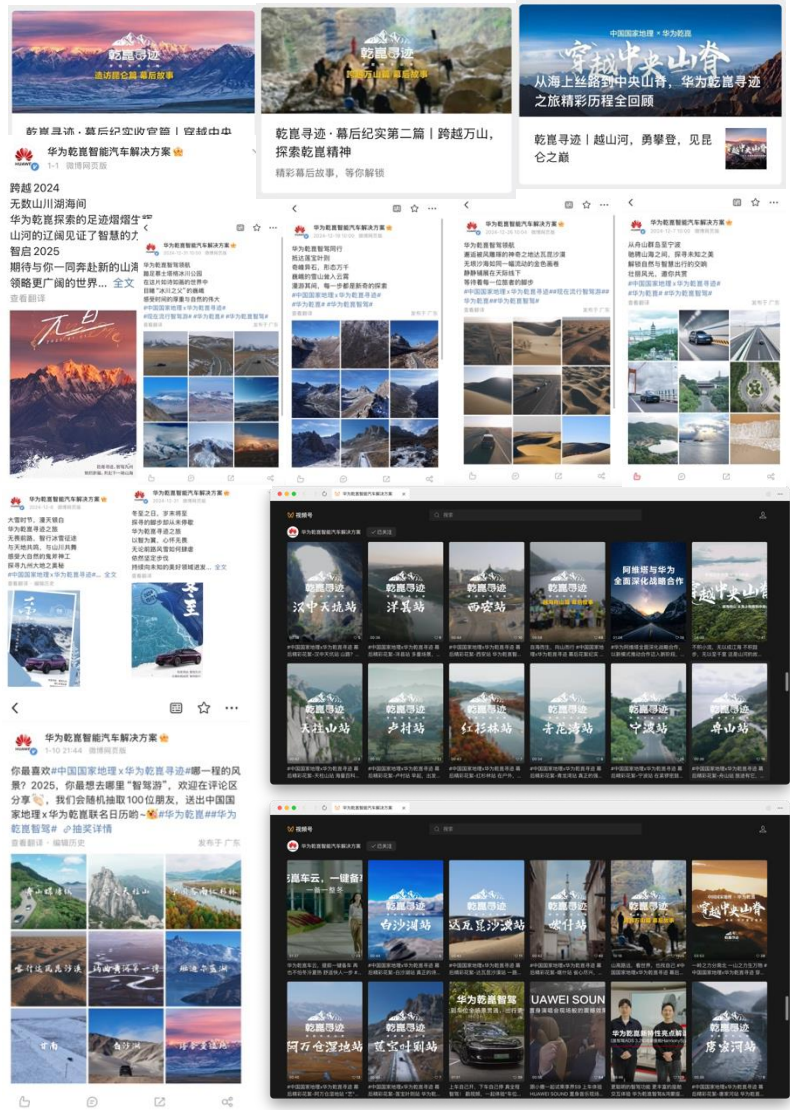
蓝V互动，制造联动攻势

中国国家地理官方账号与华为乾崮智能汽车解决方案官方账号，在统一平台、使用统一的话题，多次进行评论互动、点赞互动，制造联动攻势，集中爆发话题阅读量、互动量及整体活动声量。



车BU社媒各平台数据表现

社媒总阅读量达1.26亿，总互动量达7.49万，其中**微博平台阅读量、互动量表现最佳。**



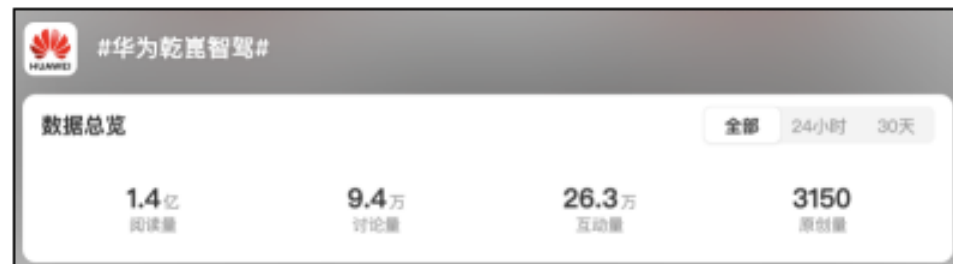
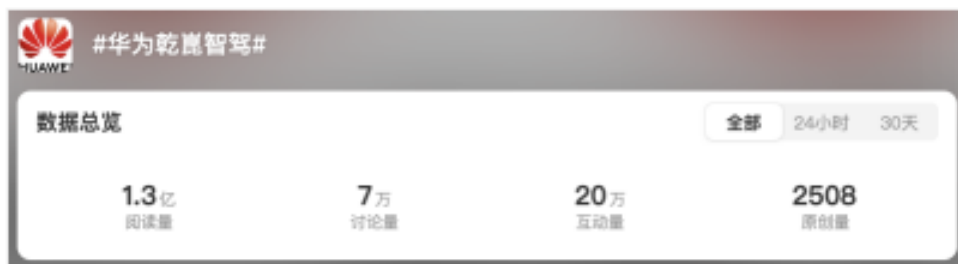
核心话题数据

- 截止2025年1月15日，活动核心话题总阅读量达**4.62亿**，总讨论量7.3w，总互动量23.4w，总原创量7863，其中：
- #中国国家地理x华为乾崮寻迹#微博话题阅读量达**3.8亿**，讨论量6w，互动量19w，原创量7664；抖音话题阅读量达**478.2w**。
- #现在流行智驾游#话题阅读量达**7734.8万**，讨论量1.3w，互动量4.4w，原创量199。抖音话题阅读量达**14w**。



品牌话题、产品话题热度持续上涨

- 2024年12月3日至2025年1月10日，#华为乾崮#、#华为乾崮智驾#话题阅读量增幅达**5000万**，其中：
- #华为乾崮#微博话题阅读量上涨**4000万**，讨论量上涨1.8w，互动量上涨4.1w，原创量上涨380；
- #华为乾崮智驾#话题阅读量上涨**1000万**，讨论量上涨2.4w，互动量上涨6.3w，原创量上涨642。



注：因此次活动周期较长，活动期间日常社媒物料、车位到车位联合营销物料都带了#华为乾崮#、#华为乾崮智驾#话题，话题增幅来源较多，无法完全统计到此次活动中，故这两个话题不统计到此次活动的总曝光量及互动量中。